

Transformasi Teknologi E-Commerce Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Kota Palangka Raya: Faktor Pendorong Dan Penghambat Adopsi

Dicky Perwira Ompusunggu

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka
dickyperwira@feb.upr.ac.id

Yelin Triani

Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka
yelintriani39@gmail.com

Abstract:

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an essential role in justice, increase people's income and encourage Indonesia's economic growth. However, in Palangkaraya City, especially during the Covid-19 pandemic, the contribution of MSMEs to improving the economy and people's income has not been proportional to the number. Therefore, this study aims to identify the factors driving and inhibiting the adoption of e-commerce technology among MSMEs in Palangkaraya City. In this study, researchers cite relevant literature and research sources to reveal the factors supporting or hindering e-commerce adoption among MSMEs. Consumer Support, Organizational Support, Knowledge Support, Technical Barriers, Financial Barriers, Legal Barriers, and Regulatory Barriers. The findings of this study can provide insights and recommendations to stakeholders to increase the competitiveness and market access of MSMEs in the digital era.

Keywords: Digitalization, MSME, E-COMMERCE

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam keadilan, meningkatkan pendapatan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun di Kota Palangkaraya, khususnya di masa pandemi Covid-19, kontribusi UMKM terhadap peningkatan perekonomian dan pendapatan masyarakat belum sebanding dengan jumlahnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat adopsi teknologi e-commerce di kalangan UMKM di Kota Palangkaraya. Dalam penelitian ini, peneliti mengutip literatur dan sumber penelitian yang relevan untuk mengungkap faktor pendukung atau penghambat adopsi e-commerce di kalangan UMKM. Dukungan Konsumen, Dukungan Organisasi, Dukungan Pengetahuan, Hambatan Teknis, Hambatan Keuangan, Hambatan Hukum, dan Hambatan Peraturan. Temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi kepada pemangku kepentingan untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar UMKM di era digital.

Kata Kunci: Digitalisasi, UMKM, E-COMMERCE

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang di Asia Tenggara dengan jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang besar. Pada tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia akan mencapai 8,71 juta unit usaha. UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, terutama dalam hal perluasan kesempatan kerja, membentuk produk domestik bruto (PDB), dan menyediakan jaring pengaman sosial bagi masyarakat berpenghasilan rendah untuk menjalankan ekonomi produktif. Kalimantan Tengah juga mengikuti pertumbuhan sektor UMKM. Per 30 September 2020, jumlah UMKM di Kalteng mencapai 40.623 unit. Ibu kota provinsi Palangkaraya ini memiliki jumlah unit UMKM terbanyak dibandingkan kotamadya mana pun di Kalimantan Tengah. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi Kota Palangkaraya sangat ditopang oleh sektor UMKM yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Namun, meskipun jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah di Palangkaraya sangat besar, namun kontribusinya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat masih kecil. Hal ini menjadi perhatian utama pemerintah dan peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM di kota Palangkaraya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat adopsi e-commerce di kalangan UMKM di kota Palangkaraya.

Tabel 1. Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Provinsi Kalimantan Tengah Per 30 September 2020

No	Kabuptaen/Kota	Kualifikasi Usaha			Jumlah UMKM
		Mikro	Kecil	Menengah	
1.	Kota Palangka Raya	6,330	869	91	7,296
2.	Kabupaten Barito Utara	1,995	147	130	2,272
3.	Kabupaten Barito Selatan	2,345	200	1	2,555
4.	Kabupaten Katingan	2,083	73	0	2,156
5.	Kabupaten Gunung Mas	2,779	370	1	3,150
6.	Kabupaten Kapuas	1,005	261	45	1,311
7.	Kabupaten Barito Timur	2,517	645	5	3,171
8.	Kabupaten Kotawaringin Barat	1,918	113	16	2,047
9.	Kabupaten Kotawaringin Timur	1,884	162	4	2,062
10.	Kabupaten Lamandau	2,439	211	12	2,663
11.	Kabupaten Murung Raya	585	15	1	612
12.	Kabupaten Pulang Pisau	535	43	-	578
13.	Kabupaten Seruyan	9,582	218	2	9,81
14.	Kabupaten Sukamara	899	36	1	936
Jumlah		36,951	3,363	309	40,623

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Kalimantan Tengah

Dari data yang diberikan terlihat bahwa jumlah UMKM di kota Palangkaraya cukup tinggi, namun kontribusi UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat masih belum optimal. Hambatan yang dihadapi UMKM di perkotaan hanya mencakup kapasitas dan kualitas talenta, rendahnya inovasi dan kemampuan adaptasi teknologi, serta akses ke pasar lokal. Untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar, UMKM di kota Palangka Raya perlu melakukan perubahan teknologi, terutama melalui adopsi teknologi e-commerce. Namun, ada hambatan untuk mengadopsi teknologi ini karena hanya sekitar 14% dari seluruh pelaku UMKM Indonesia yang mampu memanfaatkan kekuatan platform e-commerce untuk menjual produk mereka. Oleh karena itu, faktor pendorong dan penghambat adopsi teknologi e-commerce perlu diteliti lebih lanjut. Hal ini memungkinkan strategi pemberdayaan berbasis integrasi teknologi e-commerce disesuaikan dengan tantangan yang dihadapi UMKM di Kota Palangkaraya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor pendorong dan hambatan adopsi teknologi e-commerce di kalangan UMKM di Kota Palangkaraya. Melalui kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi e-commerce di kalangan UMKM di kota tersebut. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pemangku kepentingan untuk meningkatkan akses pasar dan daya saing UMKM di Kota Palangkaraya melalui pemanfaatan teknologi e-commerce.

METODE

Penelitian ini dilakukan di kota Palangkaraya, Kalimantan Tengah, pada pelaku usaha kecil dan menengah dengan menggunakan metode cross sectional study. Menurut data Kementerian Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2022, terdapat 7.296 usaha kecil dan menengah di kota ini. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survey literatur dengan mengumpulkan literatur dan sumber tertulis seperti buku, penelitian terdahulu, esai, artikel jurnal, laporan, dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini. Metodologi ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk mengetahui faktor pendorong dan penghambat adopsi e-commerce di kalangan UMKM di Kota Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dilakukan pendekatan penelitian kepustakaan, dengan fokus pada sumber-sumber yang dapat memperkuat teori penelitian. Dalam pencarian sumber-sumber tersebut, segala upaya dilakukan untuk mencari literatur dan sumber yang kredibel. Hasil pendataan menunjukkan bahwa terdapat beberapa jenis usaha di setiap kabupaten di Kalimantan Tengah, seperti: menunjukkan Gastronomi/ Hotel Industri/ Perdagangan, Manufaktur, Pertanian/ Perkebunan/ Perikanan, Pertambangan, Transportasi, Konstruksi/ Konstruksi, Penyewaan dan Jasa. Data disajikan dalam format tabel untuk memudahkan analisis dan pembahasan lebih lanjut. Hasil tinjauan pustaka memberikan gambaran kepada peneliti tentang jenis-jenis usaha yang ada di setiap kabupaten di Kalimantan Tengah. Hal ini dapat memberikan informasi penting untuk memahami potensi dan tantangan pengembangan UMKM di wilayah ini. Selain itu, data tersebut juga dapat digunakan sebagai dasar pemilihan sampel dalam penelitian ini.

Tabel 2. Klasifikasi Sektor Usaha Per-Kabupaten Provinsi Kalimantan Tengah

No	Kabuptaen/ Kota	Sektor Usaha							
		Hotel/Dagang/ Kuliner	Industri pengola han	Pertanian/perkebunan/ perikanan	pertamba ngan	angku tan	Bangu na/kontru ksi	Persew aan	jasa
1.	Kota Palangka Raya	5,105	292	448	11	114	16	161	1.1 49
2.	Kabupaten Barito Utara	1,840	52	59	44	21	16	54	186
3.	Kabupaten Barito Selatan	2,261	51	40	3	13	7	7	173
4.	Kabupaten Katingan	1,552	73	304	9	41	4	10	163
5.	Kabupaten Gunung Mas	2,261	74	576	-	-	-	3	236
6.	Kabupaten Kapuas	1,012	40	57	-	8	11	-	183
7.	Kabupaten Barito Timur	2,517	166	756	-	3	4	7	152
8.	Kabupaten Kotawarin gin Barat	1.366	200	106	1	81	16	21	256
9.	Kabupaten Kotawarin gin Timur	1.268	133	196	1	54	24	21	365

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM. UMKM mengalami penurunan penjualan secara langsung di beberapa daerah karena pola di rumah saja, pembatasan jam kerja, atau penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Namun, dalam situasi sulit ini, UKM di Kalimantan Tengah mengalami peningkatan jumlah usaha yang signifikan. Salah satu cara bagi UMKM untuk bertahan dalam bisnis dan menjangkau lebih banyak konsumen adalah melalui e-commerce. Penelitian menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan

signifikan terhadap peningkatan kinerja dan pendapatan UMKM. Oleh karena itu, pemangku kepentingan UMKM harus mempertimbangkan dukungan dan pendidikan pemerintah atau praktisi untuk memastikan bahwa mereka mendapat informasi yang baik dan dapat memberikan panduan kepada pemangku kepentingan UMKM agar dapat memanfaatkan e-commerce ini secara maksimal. Dalam hal ini, e-commerce dapat membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar yang sebelumnya hanya dapat mereka jual di wilayah tertentu. Tapi ingat, e-commerce bukanlah satu-satunya solusi untuk mengatasi dampak pandemi terhadap usaha kecil. Pemerintah juga perlu terus bekerja keras untuk mendorong dan membantu usaha kecil dan menengah keluar dari krisis akibat pandemi ini, memberikan dukungan permodalan kepada pengusaha dan memfasilitasi prosedur legalitas usaha yang ada.

Dua penelitian oleh Hardilawati dan Setyorini et al. menunjukkan bahwa e-commerce memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan bagi UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM yang mampu beradaptasi secara teknologi yang terhubung dengan 'ekonomi digital' kemungkinan besar akan bertahan di masa pandemi Covid-19. Pemerintah juga memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan berkelanjutan UMKM dan produk mereka. Contohnya termasuk moratorium pinjaman, insentif pajak enam bulan untuk UMKM, dan tunjangan tunai untuk usaha mikro. Kementerian Perindustrian juga menyiapkan program pinjaman berbunga rendah untuk usaha kecil dan menengah (UKM), menghubungkan UKM dengan toko teknologi online untuk membantu mereka memasarkan dan menjual produk UKM. Namun, masih banyak UMKM yang belum bisa menjual produknya menggunakan platform online. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), hanya sekitar 8% UMKM yang dapat menggunakan platform online pada tahun 2018. Sri Maulida dan Ahmad Yunani (2017) menunjukkan adanya peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan aspek pemasaran digital. Modal sosial penduduk Indonesia telah mencapai sekitar 255 juta jiwa, dan internet semakin populer di kalangan masyarakat di daerah pedesaan terpencil di Indonesia. Namun, UMKM juga menghadapi tantangan seperti pertumbuhan internet dua digit yang memaksa departemen sumber daya manusia (SDM) untuk beradaptasi dengan kecepatan teknologi ini.

Dicky Perwira Ompusunggu juga menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi masyarakat Indonesia sangat bergantung pada simpan pinjam. Koperasi dan UKM adalah dua hal yang saling

berkaitan. Di masa pandemi Covid-19, UMKM menjadi sangat bermanfaat bagi koperasi. Koperasi dapat berperan dalam kesejahteraan pelaku ekonomi, khususnya UMKM. Melalui koperasi simpan pinjam, UKM dapat memperoleh modal usaha untuk mengembangkan pemanfaatan e-commerce mereka. Secara keseluruhan, pemerintah berperan penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan UMKM dan produknya melalui program-program seperti kelonggaran pembayaran pinjaman untuk UKM, keringanan pajak, transfer tunai, dan program pinjaman lunak. Namun, UMKM juga perlu mengembangkan kemampuan beradaptasi dengan kecepatan teknologi dan memanfaatkan aspek digital marketing untuk memperluas jangkauan pasarnya. Koperasi juga dapat berperan penting dalam mensejahterakan para pelaku usaha khususnya UMKM dengan menyediakan modal usaha melalui koperasi simpan pinjam.

KESIMPULAN

Faktor pendorong adopsi e-commerce oleh UMKM di Kota Palangkaraya adalah kecenderungan konsumen berbelanja online dan kemudahan akses informasi produk. Selain itu, dukungan pengetahuan stakeholder akan pentingnya penerapan e-commerce menjadi faktor pendukung. Namun, disinsentif penggunaan e-commerce oleh UMKM di Kota Palangkaraya adalah kurangnya penggunaan internet dan kualitas kecepatan jaringan, serta kendala finansial. Oleh karena itu, kita perlu meningkatkan ekosistem e-commerce dengan cara sebaik mungkin. Regulasi untuk memastikan keamanan dan perlindungan data bisnis dan konsumen, serta regulasi dari sisi entitas UMKM melalui peningkatan kapasitas internal. Karena e-commerce adalah koneksi dan integrasi para pemangku kepentingan, perencanaan dan implementasi yang seragam diperlukan untuk mencegah penyalahgunaan, termasuk meningkatkan kesadaran akan layanan elektronik bagi masyarakat kota Palangkaraya. Keterbatasan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini dilakukan lintas sektor. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian khusus di sektor UMKM untuk mengungkap secara spesifik faktor pendorong dan penghambat adopsi e-commerce.

DAFTAR REFERENSI

- Adetunji, O., & Aremu, M. A. (2020). Impact of Covid-19 on small and medium-sized enterprises in Nigeria: Challenges and policy directions for a sustainable recovery.
- Anggraini, R. D., & Wahyudi, A. (2021). Digital Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen pada UMKM Produk Makanan dan Minuman di Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 15(1), 1-12. <https://doi.org/10.29313/jibe.v15i1.8052>
- Bahtiar, R. A. (n.d.). DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP SEKTOR USAHAMIKRO, KECIL, DAN MENENGAH SERTA SOLUSINYA.
- Dicky Perwira Ompusunggu: Konsistensi Dan Efektivitas Peran Lembaga Keuangan Non Bank (KOPERASI SIMPAN PINJAM) Sebagai Penggerak Perekonomian Indonesia. *Jurnal Cahaya Mandilika*.
<https://scholar.google.com/citations?user=Y1WasGYAAAJ&hl=id&io=sra>
- Farhan Ramadhani I, Ilyas, Sahdarullah: Eksploasi Faktor dan Penghambat Adopsi E-commerce pada UMKM di Kota Kendari. *Eksplorasi Faktor Pendukung dan Penghambat Adopsi E-commerce pada UMKM di Kota Kendari*. Isalman P-ISSN : 2252844X E-ISSN : 2615-1316 2022.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Mubarok, A. (2021). Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 10(1), 40-48. <https://doi.org/10.21776/ub.jtm.2021.010.01.5>
- Nurfitria, A., & Anwar, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan UMKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(3), 316-329. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i3.3192>
- Prabowo, W. A. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101-112. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Putranto, H. (2020). Covid-19 dan Krisis Industri Kreatif dalam Kapitalisme Digital: Komodifikasi Pekerja Media Digital dalam Kerangka Data as Labor.
- Ratnasari, Y., & Kurniawan, H. (2021). Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi pada UMKM

di Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 63-72. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.63-72>

Rofiuddin, M., & Abidin, Z. (2020). Kebijakan Pemerintah Terkait Pemberdayaan UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Bisnis*, 4(2), 113-120. <https://doi.org/10.29259/jkpb.4.2.113-120>

Saraswati, D. D., & Faradila, A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 24(2), 166-177. <https://doi.org/10.22146/jsp.52662>

Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (eCommerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat).

Tentang Borjuis Kecil, Kelas Menengah dan Sebuah Tanggapan. (2016, April 25). IndoPROGRESS. <https://indoprogress.com/2016/04/tentang-borjuis-kecil-kelas-menengah-dan-sebuah-tanggapan/>